NOVEMBER/DECEMBER 2025

FECM64C/CECM64C — SERVICE MARKETING

Time : Three hours Maximum : 75 marks

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL questions.

Shanmuga Industries Arts & Science College T.V. Malai

1. Define the term 'Service'.

   'சேவை' என்பதை வரையறுக்கவும்.

2. Mention any two reasons for the growth of the service sector.

   சேவைத் துறையின் வளர்ச்சிக்கு இரண்டு காரணங்களை குறிப்பிடுக.

3. Identify any two classifications of services.

   சேவைகளின் இரண்டு வகைப்பாடுகளை அடையாளம் காண்க.

4. Name two types of service technologies used in modern marketing.

   நவீன சந்தையின் பயன்படுத்தப்படும் இரண்டு சேவை தொழில்நுட்பங்களை பெயரிடுக.

5. Define 'Product' in the context of service marketing.

சேவை சந்தையிடுதல் தொடர்பான சூழலில் 'தயாரிப்பு' என்பதை வரையறுக்கவும்.

6. List any two dimensions added to the traditional 4 Ps in service marketing.

சேவை சந்தையிடுல் மரபுப் 4 Ps-இல் சேர்க்கப்பட்ட இரண்டு புதிய பரிமாணங்களை குறிப்பிடுக.

7. What do you mean by capacity planning?

திறன் திட்டமிடல் என்பதன் பொருள் என்ன?

8. State any two differences between internal and external marketing.

உள்சார் மற்றும் வெளிச்சார் சந்தையிடுகிற்கிடையிலான இரண்டு வேறுபாடுகளை எழுதுக.

9. Write any two factors that cause a service-quality gap.

சேவைத் தரக் குறைபாடு ஏற்படும் இரண்டு காரணிகளை குறிப்பிடுக.

10. Mention two key features of tourism marketing.

சுற்றுலா சந்தையிடுதலின் இரண்டு முக்கிய அம்சங்களை குறிப்பிடுக.

18. Evaluate the significance of segmentation and capacity planning in strategic service marketing.

மூலோபாய சேவை மார்கெட்டிங்கில் பகுப்பாய்வு மற்றும் திறன் திட்டமிடல் முக்கியத்துவத்தை மதிப்பீடு செய்க.

19. Examine the causes of service-quality gaps and provide suitable techniques to overcome them.

சேவை தரக் குறைபாடுகளுக்கான காரணிகளை பரிசீலித்து, அவற்றை சரிசெய்யப் பயன்படுத்தப்படும் தொழில்நுட்பங்களை விளக்குக.

20. Analyze the marketing strategies used in health services and how they differ from traditional services.

மருத்துவ சேவைகளில் பயன்படுத்தப்படும் மார்கெட்டிங் உத்திகளை பகுத்தறிந்து, அவை பாரம்பரிய சேவைகளிலிருந்து எப்படி மாறுபடுகின்றன என்பதைக் கூறுக.

———————

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer ALL questions.

11. (a) Explain the role of technology in enhancing service delivery.

சேவை வழங்கலை மேம்படுத்த தொழில்நுட்பம் வகிக்கும் பங்கு பற்றி விளக்குக.

Or

(b) Describe the importance of human resources in service marketing.

சேவை சந்தையில் மனித வளத்தின் முக்கியத்துவத்தை விவரி.

Shanmuga Industries Arts & Science College T.V.Malai

12. (a) Describe product and pricing decisions in services.

சேவைகளில் தயாரிப்பு மற்றும் விலை தீர்மானங்கள் பற்றிச் சுருக்கமாக எழுதுக.

Or

(b) Write a note on internet as a service delivery channel.

இணையம் ஒரு சேவை விநியோக வழியாக பயன்படுவது பற்றி குறிப்பு எழுதுக.

13. (a) Explain segmentation strategies used in service marketing.

சேவை சந்தையில் பயன்படுத்தப்படும் பகுப்பாய்வு உத்திகள் (Segmentation strategies) பற்றி விளக்குக.

Or

(b) Describe internal marketing and its relevance in service organizations.

உள்சார் சந்தையில் மற்றும் அதன் சேவை நிறுவனங்களில் உள்ள தொடர்பை விவரி.

14. (a) Write a note on customer expectations vs. perceived service gap.

வாடிக்கையாளர் எதிர்பார்புகள் மற்றும் உணரப்படும் சேவை தரக் குறைபாடு (perceived gap) பற்றிய குறிப்பு எழுதுக.

Or

(b) How can service quality be standardized? Explain with examples.

சேவை தரத்தைக் கைகூடியதாக மாற்றுவது எப்படி என்பதை எடுத்துக்காட்டுகளுடன் விளக்குக.

15. (a) Write briefly about the challenges in marketing travel services.

பயண சேவைகளை மார்கெட்டிங் செய்யும் போது எதிர்கொள்ளும் சவால்கள் பற்றி சுருக்கமாக எழுதுக.

Or

(b) Discuss the role of customer satisfaction in health services.

மருத்துவ சேவைகளில் வாடிக்கையாளர் திருப்தியின் பங்கை விவரி.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Explain the classification of services and their relevance in marketing strategy.

சேவைகளை வகைப்படுத்தும் முறை மற்றும் அது மார்கெட்டிங் உத்தியில் ஏற்படுத்தும் தாக்கத்தை விளக்குக.

17. Describe the extended marketing mix (7 Ps) for services with suitable illustrations.

சேவைகளுக்கான விரிவாக்கப்பட்ட சந்தை கலவையை (7 Ps) தேவையான எடுத்துக்காட்டுகளுடன் விவரி.